

2. *Дахалаева Е. Ч.* Интернет-комментарии портала «Новости MAIL.RU» как объект лингвистического исследования [Электронный ресурс] // Современные проблемы науки и образования. — 2013. — № 6. — Режим доступа: <http://www.science-education.ru/113-11418>.

3. *Карасик В. И.* Языковая матрица культуры. — М.: Гнозис, — 2013.

4. *Кронгауз М. А.* Русский язык на грани нервного срыва. — М.: Знак, 2008.

5. *Матвеева Т. В.* Полный словарь лингвистических терминов. — Ростов н/Д: Феникс, 2010.

6. *Попкова Н. Н.* Доминанты идиостиля поэта-ирониста (на материале текстов Игоря Иргеньева): автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Екатеринбург, 2007.

7. *Романтовский А. В.* Реконструкция мотивационного уровня языковой личности в дискурсе интернет-комментариев (на материале форума информационного портала) // Вестник ИрГТУ. — 2014. — №5. — С. 266—270.

8. *Савельева И. В.* К вопросу о жанровых признаках Интернет-комментария // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе. Межвузовский сборник научных трудов. Отв. ред. А. Г. Пастухов. — Орел, 2013. — С. 194—202.

Статья рекомендована кандидатом филологических наук, доцентом Ю. Б. Пикуневой

Е. Л. Шашмурина
студентка 3 к. УрФУ

ТАКТИКА ПОЯСНЕНИЯ ПРИМЕРОМ В РАМКАХ СТРАТЕГИИ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ

Вступая в коммуникацию, человек преследует определенные цели и старается выстроить общение таким образом, чтобы достичь желаемого результата. Средства осуществления своего коммуникативного намерения и достижения поставленной цели выбирает сам говорящий. В ходе коммуникативной ситуации он осуществляет корректировку своих действий — коммуникативных ходов, оставаясь в рамках единой сверхзадачи. «Сверхзадача и коммуникативные ходы соотносятся с понятиями стратегии и тактики» [Иссерс 1999: 52]. Под стратегией мы будем иметь в виду «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативных целей» [Иссерс 1999: 54].

Одной из ключевых стратегий, реализуемой в той или иной степени практически в любом речевом действии [Иссерс 1999: 72], является самопрезентация. Термин самопрезентация «как правило, используется как синоним управления впечатлением для обозначения

многочисленных стратегий и техник, применяемых индивидом при создании и контроле своего внешнего имиджа и впечатления о себе, которые он демонстрирует окружающим» [Михайлова 2006: 9]. Такое понимание самопрезентации достаточно узко. Участвуя в интеракции, мы постоянно осуществляем передачу я-информации, однако этот процесс может быть как намеренным, осозанным, так и ненамеренным, неосозанным. Например, в ситуации интервью (особенно если это персональное интервью с предметно-личностной и личностной тематикой) самопрезентация почти всегда имеет осозанный характер. В случае же доверительной личной беседы между близкими людьми самопредставление, как правило, будет неосозанным. Таким образом, «самопрезентация — это не только управление впечатлением, но также и самовыражение — представление своего мнения, опыта, ценностей, характера и т.д.» [Сорокина 2014].

Передача я-информации в межличностном взаимодействии происходит не только вербально, но также при помощи паравербальных и невербальных средств, которые могут контрастировать с речевыми средствами, поскольку в процессе общения субъекты не всегда могут полностью контролировать все элементы своего коммуникативного поведения. Вследствие этого даже в намеренном управлении впечатлением есть элементы неосознанной самопрезентации.

Коммуникативная стратегия самопрезентации, по наблюдениям ученых, может быть положительной и отрицательной [Schneider 1981]. Положительная самопрезентация направлена на создание говорящим своего благоприятного образа, отвечающего общекультурным представлениям; на поддержание своей позитивной репутации, формирование выгодного имиджа. При отрицательной самопрезентации целью адресанта становится намеренное конструирование собственного негативного образа, например образа враждебного или глупого человека, для того чтобы избавиться от скучного или неприятного собеседника [Schneider 1981]. Отрицательная самопрезентация может быть и ненамеренной, когда человек чем-то расстроен, рассеян и неосознанно производит впечатление равнодушного ко всему тому, что важно для окружающих.

Таким образом, самопрезентация — это осозанный или неосозанный процесс предъявления я-информации, осуществляемый постоянно в межличностном взаимодействии с помощью вербальных, паравербальных и невербальных средств, целью которого является соз-

дание положительного либо отрицательного образа адресанта (субъекта самопрезентации).

Стратегия, как уже было отмечено выше, представляет собой сверхзадачу, направленную на достижение коммуникативных целей, однако осуществление коммуникативного намерения происходит не сразу, а поэтапно. Участник общения «решает ряд практических задач, имеющих промежуточную цель. Данные коммуникативные цели осуществляются с помощью коммуникативных (речевых) тактик, представляющих собой несколько речевых действий, способствующих реализации стратегического замысла автора» [Сорокина 2014].

Исследователи И. Джонс и Т. Питтман выделили пять тактик самопрезентации: самопродвижения, пояснения примером, запугивания, мольбы, заискивания [Jones 1982]. Р. Чалдини предложил две тактики: наслаждение отраженной славой и вредительства [Cialdini 1980]. Е. А. Ковригина добавила тактики ухода от ответственности и уклонения от ответа, а также выделила прямые и косвенные тактики. К прямым относятся тактики, направленные на непосредственное создание образа говорящего через самоописание, характеристику личных качеств, дружелюбное поведение. В то время как косвенные тактики призваны создавать собственный образ через перекладывание ответственности на других людей, описание их недостатков или достоинств [Ковригина 2010].

Ю. В. Сорокина разграничивает убеждающие и оборонительные тактики. «Убеждающие тактики стратегии самопрезентации позволяют создать благоприятный образ за счет приятного внешнего вида и поведения. Защитные тактики стратегии самопрезентации используются для поддержания определенного образа, минимизации недостатков, попытки избежать формирования негативного впечатления в затруднительных ситуациях общения» [Сорокина 2014].

Цель данной статьи — анализ одной из прямых, убеждающих тактик — тактики пояснения примером, на материале интервью с творческой личностью. Творческим считается креативный, неординарно мыслящий человек, у которого потребность создавать новые, уникальные (материальные и духовные) культурные ценности является постоянной. Как правило, творческие личности — люди публичные, и умение сформировать нужный имидж или поддержать репутацию для них жизненно необходимо, так как от этого зависит их популярность, успешность и благосостояние.

Материалом для анализа послужили фрагменты интервью с российской артисткой балета, примой Мариинского театра, Народной артисткой России Дианой Вишневой и российским актером театра и кино Данилой Козловским, в которых творческие личности использовали тактики пояснения примером.

Тактика пояснения примером направлена на повышение своей значимости за счет демонстрации сильных сторон личности, качеств достойных подражания. Для ее реализации используется техника описания личных качеств, которая может предъявляться как открыто, так и имплицитно. Эксплицитная форма менее частотна, потому что она часто воспринимается слушателями негативно, как хвастовство.

Фрагмент из интервью с Дианой Вишневой:

– Знаешь что, Диана? Не будь ты моей партнершей по сцене, я бы тебя просто обожал. Как зритель. Честное слово! А когда ты попала в Вагановскую школу, в тебе сразу угадали будущую звезду? Почему ты смеешься?

– Если бы ты увидел меня лет в десять, у тебя бы не возник такой вопрос. Но я довольно быстро поняла: когда ставишь себе цель и нудно к ней идешь — тело становится твоим союзником, начинает подсказывать правильные ответы. Вот, например, мастер в училище говорит мне: «У тебя нога недостаточно высоко». А нога-то все, на максимуме, 90 градусов — и дальше никак. Тянешь ее выше, тянешь, а она не идет. Но уже через неделю поднимается чуть-чуть выше, через две недели — еще немного. Все уже закончили, разошлись по домам, свет в зале выключили, а я все стою, ногу тяну... [Interview 2013].

Вначале используется прием самоумаления (если бы ты увидел меня лет в десять, у тебя бы не возник такой вопрос), который реализуется с помощью глаголов в сослагательном наклонении и конструкции с придаточным условия. Диана отрицает факт, что в ней сразу при поступлении в училище увидели звезду, но не то, что она стала звездой, аудитория самостоятельно извлекает из высказывания этот имплицитный смысл. Таким образом, тактика пояснения примером осуществляется с помощью скрытой техники описания личных качеств: у адресата формируется представление о личности как об успешной, и дополнительно ей приписывается положительное качество скромности.

Балерина Диана Вишнева представляет себя как человека целеустремленного, трудолюбивого, упорно идущего к своей цели и не жалеющего себя. Эта информация о себе также подается имплицитно, с

помощью косвенного высказывания, представленного обобщенно-личным предложением в составе сложного: *когда ставишь себе цель и нудно к ней идешь — тело становится твоим союзником, начинает подсказывать правильные ответы*. Читатель понимает, что сказанное относится к говорящему, именно Диана тот человек, который поставил цель и достиг ее, упорно трудясь. Модальное слово (*довольно*) в контексте дополнительно создает положительную оценку деятельности и смягчает высказывание, исключая модальность самоуверенности. На создание образа напористой, целеустремленной личности работают и слова с общей семантикой достижения результата (*цель, идти, союзник, ответ, максимум*). Наречия образа действия (*нудно, высоко*), степени (*чуть-чуть*), сравнительная степень наречия (*выше*) повышают эмоционально-оценочное воздействие. Лексические повторы (*тянешь ее выше, тянешь... чуть-чуть выше*) усиливают экспрессивность и привлекают внимание к тому, что представляется важным для интервьюируемого. Кроме того, Диана Вишнева вновь использует прием самоумаления — приводит пример критической оценки ее умений: *вот, например, мастер в училище говорит мне: «У тебя нога недостаточно высоко»*. Подобные высказывания повышают уровень доверия аудитории к говорящему. В конце интервью Диана подчеркивает свои достоинства посредством приема контраста (*все уже закончили, разошлись по домам, свет в зале выключили, а я все стою, ногу тяну*); через противопоставление она акцентирует внимание адресата на своем трудолюбии и упорстве в достижении цели.

Фрагмент интервью с Даниилом Козловским.

— *И у вас хорошие отношения [с бывшей женой]?*

— *Мне редко нравится то, как я формулирую, но следующую мысль мне удалось высказать довольно точно: жены бывшими не бывают, они — как американские президенты. Для меня жена — это человек, за которого я всю жизнь буду переживать, в какой-то степени буду ответственным, и она — навсегда член семьи, родной человек. Другое дело, что отношения изменились и... приобрели некую другую природу. Но в какой-то степени мы стали даже ближе [HELLO 2014].*

Данила Козловский, отвечая на общий вопрос о его отношениях с бывшей женой, использует тактику пояснения примером — дает конкретную информацию и открытую оценку ситуации. Отношение к бывшей жене как родному человеку, о котором он всегда будет помнить, переживать и заботиться, характеризует актера как человека великодушного, доброго, отзывчивого и стирает негативные ассоциации, связанные

с разводом. Козловский, так же как и Диана Вишнева, начинает ответ с приема самоумаления (*мне редко нравится то, как я формулирую...*), который дополнительно его характеризует как человека скромного, и настраивает аудиторию на положительное отношение к Даниле. В высказываниях актера присутствует модальность уверенности, которая выражается словосочетанием качественным наречием с наречием меры и степени (*довольно точно*), сравнительной конструкцией (*жены бывшими не бывают, они — как американские президенты*). Но при этом он подчеркивает, что это его субъективное мнение (*для меня*). Общий позитивный фон речевой партии Данилы создают слова с положительной коннотацией (*навсегда, семья, родной*). Чтобы показать, что он основательный, ответственный человек, Козловский использует слова с семантикой постоянства (*всю жизнь, навсегда*). Синтаксический повтор (*буду переживать, буду ответственным*), как всякая стилистическая фигура, оказывает дополнительное воздействие на читателей.

Творческие личности часто в интервью используют тактику пояснения примером, что свидетельствует об эффективности ее воздействия на аудиторию.

Использованная литература

1. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. — Омск: Изд-во Омск. гос. ун-та, 1999.
2. Ковригина Е. А. Коммуникативная стратегия самопрезентации в дискурсе интернет-интервью: автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Кемерово, 2010.
3. Михайлова Е. В. Обучение самопрезентации. — Москва: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2006.
4. Сорокина Ю. В. Убеждающие и защитные тактики коммуникативной стратегии самопрезентации в лекционном дискурсе // Вестник Челябинск. гос. ун-та. — 2014. — № 16 — С. 128—131.
5. Сорокина Ю. В. Стратегия самопрезентации как элемент эффективного речевого воздействия в рамках педагогического дискурса // Вестник Челябинск. гос. ун-та. — 2014. — № 6. — С. 89—92.
6. Cialdini R. B. Two direct tactics of impression management: basking and blasting // Journal of personality and social psychology. — 1980. — № 39.
7. Jones E. E., Pittman T. S. Toward a general theory of strategic self-presentation // Psychological perspectives on the self. — 1982. — № 1.
8. Schneider D. J. Tactical self-presentation: towards broader conception. — Tedeschi, 1981. — P. 23—40.

Статья рекомендована доктором филологических наук, профессором О. А. Михайловой